媒体融合的路径研究

摘　要：新媒体时代带来的冲击影响着我国各个领域的发展，出版行业作为我国传统行业类型之一，在新媒体时代下应当如何生存和发展是当前急需探究的主题之一。本文从新媒体的基本概念阐析入手，结合传统出版行业的现实特点，分析了该行业媒体融合过程存在的困境，进而提出了跨界融合、构建平台以及管理创新等多方面发展路径和未来展望。

关键词：媒体融合；路径；出版行业

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）05-046-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.05.006

文 / 郎媛　严冰　顾斌

新媒体时代的到来为我国出版行业发展提供了契机。面对新型的生存环境，自身必须转变生存和发展理念，变革管理思想和方法，充分利用新媒体带来的条件和资源，探索出一条媒体融合的新路径，推动自身发展和进步。

1. 新媒体内涵及基本特征

1.1 新媒体的内涵

“新媒介”一词最最早出现于 20 世纪 60 年代，伴随着国外现代化技术的广泛应用和普及，一种新型事物随之产生并快速融入人们的生活和工作之中。从学术界角度来看，国内外学者对“新媒体”的界定并未达成一致，本文从依托的技术、实践化状态以及该事物的基本结构等三方面做出概念界定，即依托于现代化的新型传播和传媒技术，构架的网状化、线性化的传播模式，以转变传统的单一方向传播模式，而形成的多角度的网络传播新模式。

1.2 新媒体的基本特征

基于新媒体的内涵而言，其基本特征表现在几方面，一是技术性和网络化。传播的整个过程依托于现代化技术，且每个传播网上的个体接收和传播的内容增多，且个体主动性增强；二是互动性。与传统一对多的传播形式相比，新型模式下更注重个体的互动性；三是个性化和分众化。由于传播模式的转变，内容的不断丰富化，个人传播和关注的内容个性化特点鲜明，而且个体可依据个人喜好，搜集该领域的多元化信息和资料。

2. 传统出版行业媒体融合发展的困境

2.1 融合发展方向不明确

出版行业作为我国的传统行业之一，对我国文化产业的发展影响力较大。面对新时期新型媒介的出现，在很大程度上转变了传统的传播模式，导致出版行业面临前所未有的新困境，如出版物的价格、类型、内容等如何变革才能够适应新媒体时代，与新媒体相比，传统出版行业在向读者推送各方面内容以及信息时并不具有优势，导致在激烈的竞争无法争夺更多的资源。新旧媒体的融合是解决困境和难题的方向，但如何实现融合又成为该行业面临的另一个难题。由此来看，传统出版行业无法明确未来发展方向，导致自身陷入融合的困境之中。

2.2 融合发展平台未搭建

新媒体时代下大量新型传统平台的出现给传统出版行业带来发展压力，如京东、当当等。这些新媒体充分利用现代化技术，构建多种平台和渠道向读者推荐大量的信息和数据。而传统出版行业在技术上较为滞后，且原有的用户和内容价值被新媒体所代替，如大量的纸质版内容和信息被转变为电子信息，在新媒介下得到快速传播，于是出现了内容流失的情况，同时用户可能免费获取大量资源，这样一来，传统媒体的价值和优势的缺失导致自身陷入发展困境。

2.3 出版行业组织转型艰难

作为我国传统行业类型之一，绝大多数企业内部组织结构仍较为滞后，过去“直线——职能”模式使行业内转型和创新的难度加大；从信息沟通和传播机制而言，传统出版行业仍为单向性的沟通，不仅沟通范围有限，而且速度较慢，与新媒体相对比，并不具有竞争优势；从专业化人才角度来看，多数传统出版行业内新型人才缺失，导致行业整体无法注入现代化的理念，经营和管理形式滞后，未来发展之路不明确。结合以上几方面分析可见，出版行业自身限制性条件较多，致使该行业组织转型较为艰难。

3. 媒体融合是必然趋势

当一个行业面临强烈的变革的时候，也是需要认真进行反思的。如果一个行业不进行自我革新，那么这个行业就有可能在以后的激烈市场竞争中逐步被边缘化，甚至走向消失。如果此行业不敢进行跨界寻求创新，那么该行业在以后的市场竞争中就有可能被其他的行业“打劫”。在当前的互联网时代，一切都有可能发生。近些年来，新媒体发展迅速，并且受到人们的广泛追捧，主要原因就在于新媒体是一种创新的媒体，具有草根性、便捷性以及时效性等特点，尤其是微博、微信等新媒体，能让每一个互联网在线者都能够成为自由的发言者，可以随时在网络上发表自己的看法，也能够被其他人随时关注。这种创新性，能够迅速改变人们对各类信息的接收方法和接受的思想观

念等；而且这种创新的媒体还能够改变过去陈旧的社会组织架构和传递方式，让人人都能够参与到对社会的关注和诉求中来，这也是新媒体近些年来发展迅速且能够推进社会进步的主要原因之一。

新媒体的产生与传统媒体的发展不是一种相互排斥的关系，只有传统媒体和新媒体相互融合、相互渗透、相互促进，才能够生产出更好的新闻产品和更高价值。当前，互联网信息新技术正在迅速改变着信息交流的方式和模式，进而使公共信息的提供、社会结构的演进以及社会关系的经营等，都在发生一些深刻和影响深远的重大变化。首先，当前网络之间互相融合的趋势加快，各种网络融合已经成为一种发展趋向，如目前互联网、通讯网络以及广电网络融合的步伐日益加快，人与人之间从工作到生活，信息的传递已经成为一个多维一网的信息网络体系。其次，随着新媒体的兴起，比如快手、微信、微博、抖音等的加快传播，越来越多的人加入到自媒体中来，每一个人都能成为信息传播的源头。三是关联交互。信息交流正在迅速改变着社会的关系网络体系，通过互联网，人与人之间的交流变得更加频繁，从而形成了一张信息大网。因此，当前传统的自上而下的媒体传播方式已经被当前的互联网所颠覆，各种媒体融合发展已经成为当前的发展主流趋势。事实证明，只有将传统媒体与新媒体进行必要的融合并且相互促进发展，才能够促进传统媒体综合竞争力的提升，并且能够在网络时代发生本质性的变化，从而使媒体的新闻产业链条在互联网时代被加工延长，还能提高传统媒体新闻产品的创造性和选择性以及新闻媒体的时效性以及影响力等。必须要更新观念，进行制度的创新，加大技术革新，让更多的媒体创造能力被激发出来，从而为媒体的融合发展夯实机制体制的保障，加快我国媒体的革新和发展步伐。

4. 媒体融合的路径与前瞻分析

4.1 跨界融合，探索发展新方向

对于传统出版行业而言，要想在当前激烈的竞争中占据一定的优势，必须从多方面实现跨界融合。其一，引入现代化技术，与该行业的内容优势相融合。如推出数字化的信息内容，充分利用现代化资源传统优质的内容，以吸引更多读者和客户；其二，创新服务模式，发挥自身特色和优势。尝试与其他技术型公司合作，利用该公司创新的技术服务，共同推出电子化的新型产品，使现代化的服务模式吸引原有的用户；其三，转变原有的角色定位。即由“出版商”转变成为“信息商”，加大对广大用户需求的调查力度，对需求作为分类和归类，根据需求提供针对性较强的内容，由此发挥原有的内容优势，在满足广大用户需求的同时，构建出版行业新型的发展之路。

4.2 平台搭建，聚力发展新动力

新媒体对出版行业形成了生存和发展的压力，面对现有的困境和压力，必须借鉴新媒体的优势，整合多元化的力量，以全面性地带动该领域适应市场和用户的需求。其一，可借助于特色化的平台，与该平台进行合作，如外研社等。充分利用平台的优势，将自身特色加以推广；其二，积极关注用户需求的变化以及内容的更新。由于现代化技术的便利性，用户能够获取多方面的信息和内容，使用户需求逐渐体现出多样化。因此，要及时地根据用户需求更新内容，第一时间在平台上推出；其三，通过技术、资源等整合，在凝聚多方面力量的基础上搭建一定的平台，实现与上下游产业的便利性沟通与交流，使自身能够根据市场的变化及时调整，以适应新时代提出的新要求。

4.3 管理创新，形成发展新理念

出版行业适应新媒体时代发展，还需要实现自身的变革和创新。针对现阶段组织结构的现状以及制度等，可以从以下三方面付诸于努力：其一，变革组织结构。转变传统的直线型的组织结构，构建扁平式全新化的结构，使组织管理模式发生变化；其二，构建共享性的信息沟通机制。行业内部应当兼职信息共享机制，使各个参与主体，如合作商、用户、出版社等信息沟通更为顺畅；其三，引入专业化人才，构建专业人才队伍。吸引专业人才进入出版领域，使现代化的理念和思想能够融入该领域之中，使出版行业在管理模式、理念以及经营方式等方面实现创新，以提高自身的竞争实力。

总而言之，出版行业作为我国的传统行业类型之一，在新时代的发展背景下，只有准确定位自身现状，积极面对未来生存和发展的困境，结合媒体融合的新型趋势探索出一条适合该行业的发展路径，才能不被时代发展所淘汰，实现产业价值的不断提升。媒

参考文献

[1] 尤凯．媒体融合生态环境中期刊出版者的角色定位 [J]. 出版广角，2017（5）：39-41.

[2] 张丽，白小豆．新型主流媒体建设的理论前瞻与实践 [J]. 新闻战线，2016（2）：113-114.

[3] 陈瑶．移动互联时代广播的媒体融合路径 [J]. 中国广播电视学刊，2017（2）：58-61.

（作者单位：郎媛，长江出版传媒股份有限公司教材中心；严冰，湖北科学技术出版社有限公司；顾斌，长江少年儿童出版社有限公司）